

Qualitätskontrolle: Whitebox ermittelt

Bei der expansiven BistroBox hat Whitebox ein Auge auf Qualität und Potenziale – mittels MysteryShopping.

LINZ. Die BistroBox GmbH ist auf Expansionskurs und setzt Mystery-Shoppings als laufendes Qualitätswerkzeug ein. Als Partner liefert die Whitebox GmbH monatliche Testergebnisse – essenziell für Franchisegeführte Betriebe.

Die BistroBox versorgt ihre Kunden mit dem Konzept der 24h-Pizzeria rund um die Uhr mit offenen Pizzen, frisch gemahlenem Kaffee, Snacks und Getränken. 2017 wurden dabei über 400.000 Verkäufe verzeichnet, mit steigender Tendenz. BistroBox befindet sich in einer Expansionsphase, laufend kommen neue Standorte und Franchise-Partner hinzu. Bei allen Franchise-Partnern präsent zu sein, um die Umsetzung des Konzepts selbst zu optimieren, ist zeitaufwendig und bei stetigem Wachstum de facto unmöglich. Ergo werden gemeinsam mit Whitebox monatliche Testbesuche (Mystery-Shoppings) durchgeführt – um dieserart die Einhaltung der Unternehmensrichtlinien laufend zu messen.

Blitzblank in der Box

BistroBox legt Wert auf Produktqualität und Sauberkeit an den Standorten. Bei der Durchführung der Mystery-Shoppings wird von den Testkunden zuerst auf die Sauberkeit im Innen- und Außenbereich geachtet. Dann erfolgt die Überprüfung der Shop-Bestückung und Handhabung des Pizzaofens, abschließend die Geschmacksprobe der offenen Pizza selbst. Durch das ehrliche Feedback der Tester von Whitebox wird die Umsetzung der Standards aus dem Blickwinkel der Kunden erfasst. BistroBox kann somit schnell auf Bedürfnisse reagieren.



© Whitebox

14.000 Shopper

Daniela Höllerbauer, Geschäftsführerin der Whitebox GmbH: Objektive Rückmeldungen ermöglichen MysteryShopping.

„Die Zusammenarbeit mit Whitebox bringt uns durch regelmäßiges Mystery-Shopping wichtige Erkenntnisse, wie unsere Kunden BistroBox sehen bzw. wie die Standorte auf sie wirken. Für das Feedback an unsere Franchisepartner sowie die Weiterentwicklung unseres Systems ist das sehr wichtig“, berichtet Klaus Haberl, Co-Founder und Geschäftsführer der BistroBox GmbH.

Whitebox verfügt österreichweit über ein dichtes Netzwerk mit 14.000 Mystery-Shoppern und ist somit ein idealer Partner für die Vor-Ort-Testungen. „Monatliche Auswertungen zeigen nicht nur die Gesamtperformance, sondern auch die Kennzahlen der einzelnen Standorte auf“, erklärt Daniela Höllerbauer, Geschäftsführerin Whitebox GmbH.

Den Potenzialen auf der Spur

Und weiter: „Zusätzlich bekommt BistroBox objektiv Rückmeldung direkt aus der Sicht ihrer eigenen Kunden.“ Gerade dadurch entstehen für BistroBox wichtige Einblicke für die Unternehmenssteuerung und ein direkter Kundenkontakt, welcher so nicht vorhanden wäre.“ Whitebox empfiehlt daher allen Franchise-geführten Unternehmen, Mystery-Shopping fix im Franchise-Vertrag zu verankern. Neben der Überprüfung der Qualitäts-Standards werden dabei „enorm viele Verbesserungspotenziale ermittelt“. (red)



© BistroBox

BistroBox expandiert und verwendet MysteryShopping zur Qualitätsprüfung.